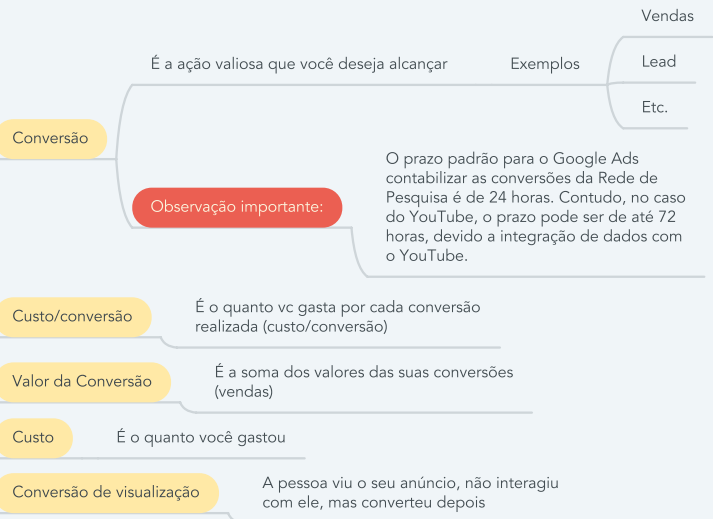
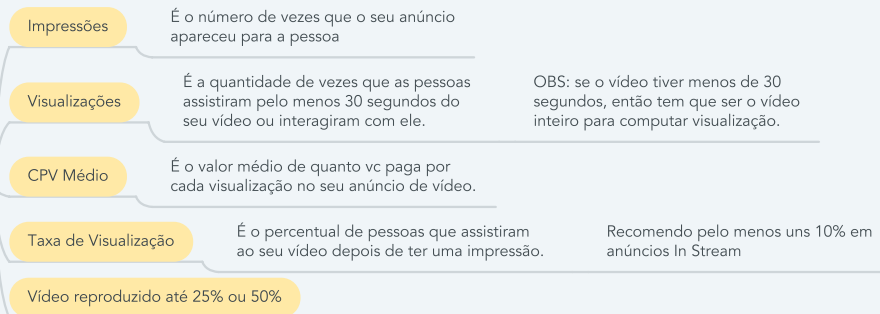


Principais Métricas no YouTube Ads

Métricas Primárias



Métricas Secundárias



Métricas Terciárias



Vc pode personalizar o painel de métricas do seu jeito

Principais Métricas no YouTube Ads

1. Métricas Primárias

1.1. Conversão

1.1.1. É a ação valiosa que você deseja alcançar

1.1.1.1. Exemplos

1.1.1.1.1. Vendas

1.1.1.1.2. Lead

1.1.1.1.3. Etc.

1.1.2. Observação importante:

1.1.2.1. O prazo padrão para o Google Ads contabilizar as conversões da Rede de Pesquisa é de 24 horas. Contudo, no caso do YouTube, o prazo pode ser de até 72 horas, devido a integração de dados com o YouTube.

1.2. Custo/conversão

1.2.1. É o quanto vc gasta por cada conversão realizada (custo/conversão)

1.3. Valor da Conversão

1.3.1. É a soma dos valores das suas conversões (vendas)

1.4. Custo

1.4.1. É o quanto você gastou

1.5. Conversão de visualização

1.5.1. A pessoa viu o seu anúncio, não interagiu com ele, mas converteu depois

2. Métricas Secundárias

2.1. Impressões

2.1.1. É o número de vezes que o seu anúncio apareceu para a pessoa

2.2. Visualizações

2.2.1. É a quantidade de vezes que as pessoas assistiram pelo menos 30 segundos do seu vídeo ou interagiram com ele.

2.2.1.1. OBS: se o vídeo tiver menos de 30 segundos, então tem que ser o vídeo inteiro para computar visualização.

2.3. CPV Médio

2.3.1. É o valor médio de quanto vc paga por cada visualização no seu anúncio de vídeo.

2.4. Taxa de Visualização

2.4.1. É o percentual de pessoas que assistiram ao seu vídeo depois de ter uma impressão.

2.4.1.1. Recomendo pelo menos uns 10% em anúncios In Stream

2.5. Vídeo reproduzido até 25% ou 50%

2.5.1. Mostra a retenção do seu vídeo em porcentagem de espectadores

3. Métricas Terciárias

3.1. Visualizações recebidas

3.2. Assinantes adquiridos

3.3. Compartilhamento

3.4. Adições à playlist

3.5. Avaliações positivas

4. Vc pode personalizar o painel de métricas do seu jeito